



ACCION PROMOCIONAL

Cuadro sinóptico



LIC. EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS
Gibran de Jesus Hernández Aguilar

Procedimientos

Es un término que hace referencia a la acción que consiste en proceder, que significa actuar de una forma determinada. El concepto, por otra parte, está vinculado a un método o una manera de ejecutar algo.

Marketing directo Es una forma de publicidad que utiliza uno o más medios para comunicarse directamente con un público objetivo y obtener de él una respuesta medible.

Delimitación conceptual: realizadas por diversos autores se expresan a través de Una gran cantidad de definiciones, las cuales reflejan las distintas Perspectivas desde las que se puede estudiar el marketing directo. Según de la Ballina (1995), se pueden distinguir tres grandes perspectivas conceptualiza doras del marketing directo.

Mailing: Una excelente herramienta de comunicación de la que dispone la marca para comunicarse con el cliente. Es un arma muy poderosa que, bien utilizada, puede dar muy buenos resultados, sobre todo de conversión. Es una oportunidad perfecta para ofrecer al usuario contenido de calidad y de valor. Un plus personalizable con el objetivo de convertir los leads en posibles clientes.

Telemarketing es una estrategia de comunicación que tiene como objetivo ofrecer servicios, productos y promociones desde un contacto realizado por teléfono o móvil.

Elementos básicos: Lanzar un producto al mercado, relanzar uno ya existente o posicionar la marca frente a la competencia, es esencial un plan de marketing promocional. Hay tres elementos básicos que tenemos que ejecutar para tener éxito.

1 Evaluar el estado actual del producto

2 definir el objetivo

3 definir la estrategia que llevará al éxito del producto.

La publicidad ocupa un lugar importante tanto para empresas como para consumidores en una economía de mercado. Numerosas empresas realizan importantes gastos / inversiones en publicidad y promociones tendientes a elevar la demanda de sus productos y de esta manera elevar sus beneficios.

El producto publicitario: La publicidad es el conjunto de acciones y medios que se usan para dar a conocer un producto, idea, noticia o hecho, mediante la propaganda; es una forma de comunicación generalmente impersonal, que utiliza los medios de comunicación disponibles, para hacer llegar un mensaje en pro de una cosa.

Publicidad sobre la empresa: El producto e la óptica del marketing, la publicidad podría definirse como toda transmisión de información impersonal y remunerada, efectuada a través de un medio de comunicación, dirigida a un público objetivo, en la que se identifica al emisor, con una finalidad determinada que, de forma inmediata o no, trata de estimular la demanda de un producto o de cambiar la opinión o el comportamiento del consumidor. Entendida de esta forma, la publicidad es un elemento clave en la promoción tanto si se trata de dar a conocer las características de un producto, crear una imagen de marca o mostrar la imagen de una empresa.

La publicidad